

## SHOPPING CENTERS - ESPAÇO, CULTURA E MODERNIDADE NAS CIDADES BRASILEIRAS

de **SILVANA MARIA PINTAUDI** e  
**HEITOR FRÚGOLI Jr.** (Orgs.)  
São Paulo: UNESP, 1992, 129 p.

por **Rosa Maria Vieira**, Professora do Departamento  
de Fundamentos Sociais e Jurídicos da EAESP/  
FGV.

**H**erdeiros das galerias e lojas de departamentos – signos, por excelência, da modernidade urbana capitalista no século passado – os *Shopping Centers* (SC) compõem a paisagem das cidades norte-americanas desde o segundo pós-guerra, quando os EUA conheceram intenso processo de expansão cosmopolita. E é aí que está concentrada a maioria dos SC hoje existentes. Já no Brasil, tornaram-se elementos característicos das grandes metrópoles somente a partir dos anos 80, seguindo as tendências de oligopolização para a reprodução do capital, em andamento no país desde o decênio anterior.

Por representarem, a um só tempo, nova modalidade de organização dos empreendimentos imobiliário-comerciais, alternativas para o comércio de varejo sofisticado, *locus* de lazer e sociabilidade, elemento gerador de estilos de consumo e representações simbólicas da urbanidade capitalista, os SC atraíram, no final da década passada, as atenções da universidade brasileira, tornando-se objeto de estudo de alguns

pesquisadores na área de Ciências Sociais, que aceitaram o ônus e o desafio dos trabalhos pioneiros.

Silvana Maria Pintaudi e Heitor Frúgoli Jr. reuniram alguns destes estudos no livro *Shopping Centers - Espaço, Cultura e Modernidade nas Cidades Brasileiras*. São seis ensaios, além do excelente trabalho fotográfico de Antônio José Saggese, que, conformando uma surpreendente unidade, procuram analisar o papel dos SC no Brasil, em realidades urbanas diversas (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre), sob o enfoque multidisciplinar da Antropologia, da Geografia, da Sociologia e da Arquitetura.

Escritos em linguagem clara, mas com a preocupação de manter o rigor científico, estes ensaios buscam alcançar também leitores de fora da universidade, que tenham interesse pelo tema. Este público encontrará aí análises que procuram desvendar as especificidades dos SC como empreendimentos comerciais, o significado do impacto por eles provocado na “geografia comercial” urbana, o sentido das novas relações entre administradores e lojistas, o papel da “cenografia” específica dos *shoppings* na indução ao consumo e as características da ampla rede de novas formas de sociabilidade construídas pelos freqüentadores.

Do conjunto de artigos, destacam-se alguns, seja pelas informações, seja pelos elementos instigantes de análise. Refiro-me, inicialmente, ao trabalho de um dos organizadores da coletânea: a geógrafa Silvana Maria Pintaudi – *O Shopping Center no Brasil - Condições de Surgimento e Estratégias de Localização*.

Preocupada em analisar as condições socioeconômicas que propiciaram o aparecimento dos SC no Brasil e a estratégia que preside sua instalação, a autora entende este fenômeno como característico, mas não necessário, do capitalismo monopolista, demonstrando que “os SC, enquanto empresas de grande capital, surgem no Brasil no momento em que as condições de desenvolvimento do capitalismo necessitam do monopólio do espaço, para reprodução contínua e ampliada do capital, porque é através do poder do mercado que são equacionados os problemas de acumulação de capital” (p.16).

Estudando o processo inicial de implantação dos SC, a partir de meados dos anos 60, em São Paulo (o primeiro foi o *Shopping Iguatemi*, inaugurado em 1966) e a expansão posterior a partir das décadas seguintes no Sudeste do país, Pintaudi articula informações e análises sobre a política industrial brasileira, o processo de urbanização, a distribuição de renda e a atuação do Estado, para concluir que “o que está ocorrendo é a concentração territorial do comércio, anteriormente disseminado pelo espaço urbano nas ruas do centro ou nos subcentros comerciais”. Adverte, no entanto, a autora que “essa concentração territorial implica antes uma concentração de capital, que em momen-

tos de crise precisa investir no ramo mais favorável do ponto de vista de seu retorno ampliado" (p.41). Enquanto o investimento na área industrial necessita de, em média, dez anos para retornar lucrativamente, nos SC, cinco anos são suficientes.

As distorções na distribuição de renda que acompanham o modelo econômico brasileiro não representaram obstáculos ao processo de expansão dos SC, pois "esses 'templos' não foram construídos para a grande maioria, e sim para os poucos que se situam em estratos de rendimentos mais elevados", que em 1986 representavam 20% da população ativa, controlando 64% da renda nacional, ou seja, um mercado nada desprezível de mais de 20 milhões de pessoas (p.26).

O artigo de Antônio Carlos Gaeta – Gerenciamento dos Shopping Centers e Transformação do Espaço Urbano – abre-se para a polêmica e enuncia um promissor campo de pesquisa ao analisar a gerência científica aplicada na construção dos espaços imobiliário-comerciais.

O autor chama a atenção para o fato do SC ser um empreendimento em que os lojistas participantes desconhecem o "processo de 'sua produção' e são submetidos a um intenso controle e a um gerenciamento absoluto do espaço: não escolhem o ponto comercial, não têm idéia de sua racionalidade e não participam do processo de sua localização no empreendimento (o tenant mix). Presentes no shopping, os lojistas têm sobre si uma racionalidade que transcende as iniciativas capitalistas particulares e que se sobrepõe a elas, envolvendo um estrito controle de padronização comercial, que vai do projeto de instalação até as normas de funcionamento. O contrato de locação, as normas gerais complementares e o regime interno garantem ao empreendedor, através da administração, uma organização estritamente controlada sobre os lojistas, sobre o SC" (p.51).

Essas considerações permitem a Gaeta concluir que o gerenciamento científico dos SC objetiva, a um só tempo, controlar uma atividade exercida até então de forma artesanal ("livre da racionalidade dos grupos financeiros e industriais") e impor elementos de controle de mercado, de vivência urbana e comercial, de modo a maximizar vendas e lucros. Este processo, na realidade, demonstra "a centralização (a alienação, por outro lado) de todo um conhecimento que antes estava disperso pelo comércio (o ponto, as normas de funcionamento etc.) e que nesses casos passa a ser monopólio apenas dos empreendedores e de seus agentes – a administração. Caracteriza-se aqui claramente a gerência científica, que por sua vez tende a tornar ainda mais complexas as funções da administração, introduzindo pesquisas de mercado e outras novidades desconhecidas do pequeno capitalista" (p.54).

Heitor Frúgoli Jr. aborda o fenômeno dos SC de modo diferenciado, submetendo-o ao "olhar" do an-

tropólogo que aí busca um espaço privilegiado para a percepção de novas formas de sociabilidade urbana. O resultado é um competente ensaio – *Os Shoppings de São Paulo e a Trama do Urbano: um olhar antropológico* –, pleno de sugestões instigantes de pesquisa, que traduz simbolicamente os SC como espaços fechados onde o capital busca realizar a utopia urbana burguesa: a "cidade ideal repleta apenas de cidadãos consumidores, sem vestígios de pobreza e deterioração, uma 'cidade' onde (...) o consumo é simultaneamente de mercadorias e imagens, como se tudo passasse, antes de mais nada, pelo filtro e pela égide do consumo (e não da produção)" (p.77).

Nas "cidades intramuros", onde o tempo não passa (e nem há relógios para contá-lo...), o clima é uniforme, não há becos escuros, ruas esburacadas ou problemas de trânsito, os "indesejáveis" são banidos. Rígidos esquemas de segurança impedem que "marqueteiros, mendigos, trombadinhas, prostitutas, travestis, gangs rebeldes, 'loucos' e mesmo 'tipos exóticos'" tragam as "desordens da geografia urbana" para a asséptica paisagem (p.77).

Em espaços como esses, jovens membros da "geração confinada", que alternam seu cotidiano entre escolas, clubes e condomínios fechados, com esquemas de segurança próprios, podem construir redes de sociabilidade com padrões seletivos e sofisticados, sem contato com a rua, a esquina, o bairro ou mesmo o transporte coletivo, propiciadores de contatos sociais incontroláveis e não desejados.

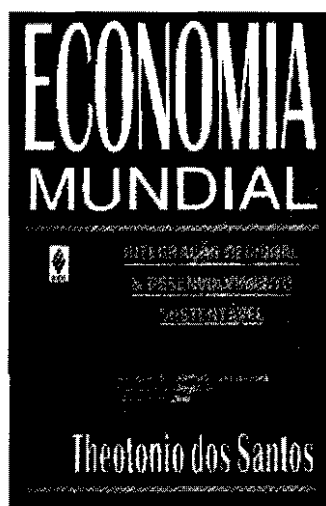
A pesquisa de Frúgoli Jr. abrange seis shoppings de São Paulo, mas se detém, particularmente, na análise e identificação do perfil diferenciado de dois deles: o sofisticado Iguatemi, voltado para um público de alta renda, e cuja "eficiência não está apenas na venda do produto, mas encontra-se sobretudo no consumo de imagem por seus freqüentadores" (p.79) e o Center Norte, o primeiro SC de "apelo popular eficiente", que alterou hábitos de consumo e de lazer de parte da população das Zonas Norte e Leste de São Paulo e hoje é o shopping de maior freqüência e faturamento global do país.

A proposta geral do autor é a de que se realize uma reflexão mais sistemática quanto ao impacto dos SC nas relações urbanas e se coloque em xeque a concepção que vê nos shoppings os "verdadeiros contrapontos dos males urbanos". "Espaços controlados, confinados e seletivos", adverte, "jamais poderão resgatar plenamente o dinamismo das ruas e praças: vivas, imprevisíveis, heterogêneas e realmente públicas" (p.92).

Talvez os SC pudessem compensar sua tendência ao isolamento diante da cidade e da realidade social através de uma integração mais dinâmica, avançando "num papel social, cultural e público mais articulado com as demandas da sociedade". Mas, Frúgoli Jr. é bastante cético. Para ele "nada até o momento indica que no

*Brasil os SC venham se articulando com a sociedade civil, ou com o poder público, para se converterem em espaços orientados não só para o consumo, mas também para uma plena sociabilidade e para a cultura" (p.29).*

Trata-se, no fundo, de uma problemática que em nosso país passa pela discussão de um sentido de modernidade onde as esferas do consumo e da cidadania estejam relacionadas.



## **ECONOMIA MUNDIAL – INTEGRAÇÃO REGIONAL & DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

de **THEOTONIO DOS SANTOS**

Rio de Janeiro: Vozes, 1993, 144 p.

por **José Carlos Barbieri**, Professor Assistente do Departamento de Administração da Produção, Logística e Operações Industriais da EAESP/FGV.

**O** livro do professor Theotonio dos Santos analisa as mudanças que estão ocorrendo na economia mundial e faz uma ampla reflexão sobre a posição da América Latina e Caribe neste novo contexto. Sua análise tem como referência temporal a década de 80, quando se consubstancia a emergência de um novo sistema econômico mundial, caracterizado por intensos processos de globalização

e de regionalização, sendo esta última expressão intermediária daquela. Para o autor, esses processos e todas as crises que se observam na atualidade prenunciam o surgimento de uma nova civilização planetária, onde não haverá mais espaços para as pretensões de hegemonias de quem quer que seja. O autor adverte para o fato de a humanidade encontrar-se frente a grandes desafios, que exigem profundas reflexões sobre o sistema de gestão da economia mundial, bem como de soluções globais, produtos de negociações globais.

Esta obra se contrapõe às teses neoliberais e ao tom triunfalista que os seus defensores passaram a exibir após o desmantelamento da ex-URSS e da rendição da China e de outros países socialistas aos ditames da economia de mercado. As soluções globais de que fala Theotonio dos Santos devem ser pautadas pelos princípios do planejamento autoconsciente e não pelas idéias de ajustes automáticos via mercado e tampouco pela lei das vantagens comparativas presidindo as relações comerciais entre países e regiões. O texto também faz uma crítica a esse triunfalismo que tomou impulso com o fim da Guerra Fria e a crise do socialismo real, à medida que expõe a outra face da prosperidade obtida no mundo capitalista, com as centenas de conflitos armados, desemprego crescente, violência, criminalidade e outras mazelas que também estão presentes dentro das próprias regiões desenvolvidas.

Questões como essas são debatidas ao longo dos treze capítulos que compõem o livro em tela e que foram escritos a partir de uma pesquisa que o autor vem realizando com apoio de diversas agências nacionais e internacionais, tais como o CNPq, a Fundação Ford e a Universidade das Nações Unidas. Embora rico em informações, principalmente sobre conferências intergovernamentais e sobre a atuação de organismos internacionais (ONU – Organização das Nações Unidas, PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, FMI – Fundo Monetário Internacional, UNCTAD – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento, GATT – Acordo Geral de Conexão e Tarifas, Banco Mundial etc.), o livro não se parece nada com um típico relatório de pesquisa, cheio de citações, tabelas e gráficos. Longe disso, o texto apresenta-se como um manifesto, onde o autor faz uma defesa vigorosa sobre a necessidade de se construir uma nova ordem internacional baseada nos princípios do desenvolvimento sustentável. Princípios estes que têm como ponto central a erradicação da pobreza e de qualquer forma de opressão. Dentro das idéias que orientam a busca desse tipo de desenvolvimento, não cabem segmentos excluídos e, no plano internacional, relações de dominação.